

ĐẠI HỌC HUẾ  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ  
KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH



**KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP ĐỂ LẤY CH**

**NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ E –  
BANKING TẠI NGÂN HÀNG NÔNG NGHIỆP  
VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN VIỆT NAM –  
CHI NHÁNH BẮC SÔNG HỒNG**

**NGUYỄN THỊ THANH TÂM**

**Niên khóa: 2017 – 2021**

ĐẠI HỌC HUẾ  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ  
KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH



**KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP ĐỀ I H C**  
**NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ E –**  
**BANKING TẠI NGÂN HÀNG NÔNG NGHIỆP P**  
**VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN VIỆT NAM –**  
**CHI NHÁNH B C SÔNG HỒNG**

*Sinh viên thực hiện*

**Nguyễn Thị Thanh Tâm**

**Lớp K51C Quản Trị Kinh Doanh**

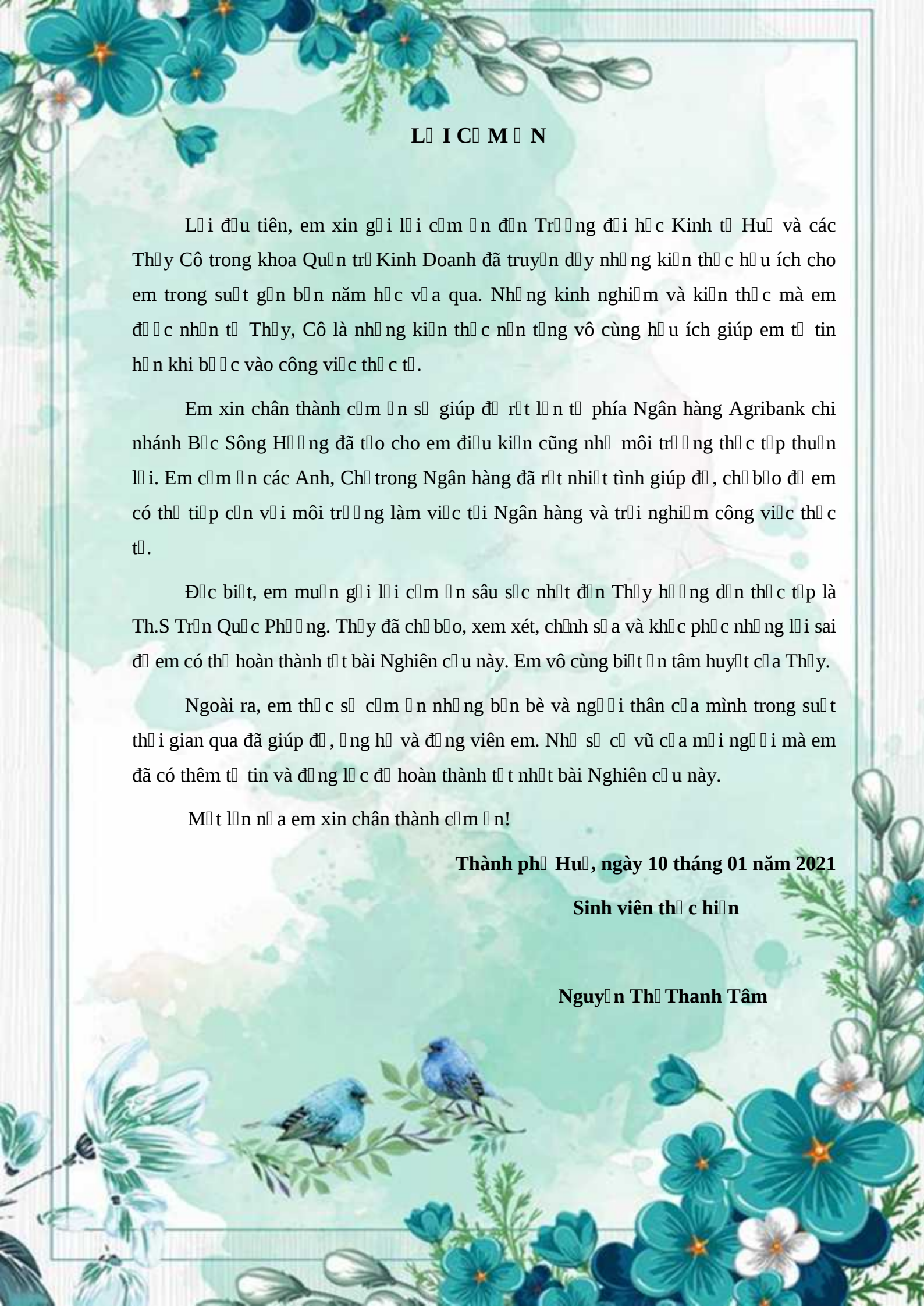
**Mã SV: 17K4021223**

**Niên khóa: 2017 – 2021**

*Giáo viên hướng dẫn*

**ThS. Trần Quốc Phụng**

**Thành phố Huế, 01/2021**



## L I C M N

L i đ u tiên, em xin g i l i c m n đ n Tr n g đ i h c Kinh t Hu và các Th y Cô trong khoa Qu n tr Kinh Doanh đã truy n d y nh ng ki n th c h u ích cho em trong su t g n b n năm h c v a qua. Nh ng kinh nghi m và ki n th c mà em đ c nh n t Th y, Cô là nh ng ki n th c n n t ng vô cùng h u ích giúp em t tin h n khi b c vào công vi c th c t .

Em xin chân thành c m n s giúp đ r t l n t phía Ngân hàng Agribank chi nhánh B c Sông H ng đã t o cho em đ i u ki n cũng nh môi tr ng th c t p thu n l i. Em c m n các Anh, Ch trong Ngân hàng đã r t nhi t tình giúp đ , ch b o đ em có th ti p c n v i môi tr ng làm vi c t i Ngân hàng và tr i nghi m công vi c th c t .

Đ c bi t, em mu n g i l i c m n sâu s c nh t đ n Th y h ng đ n th c t p là Th.S Tr n Qu c Ph ng. Th y đã ch b o, xem xét, ch nh s a và kh c ph c nh ng l i sai đ em có th hoàn thành t t bài Nghi n c u này. Em vô cùng bi t n tâm huy t c a Th y.

Ngoài ra, em th c s c m n nh ng b n bè và ng i thân c a mình trong su t th i gian qua đã giúp đ , ng h và đ ng viên em. Nh s c vũ c a m i ng i mà em đã có thêm t tin và đ ng l c đ hoàn thành t t nh t bài Nghi n c u này.

M t l n n a em xin chân thành c m n !

**Thành ph Hu , ngày 10 tháng 01 năm 2021**

**Sinh viên th c hi n**

**Nguy n Th Thanh Tâm**

**LỜI CAM ĐOAN**

Em xin cam đoan bài nghiên cứu: “Nâng cao chất lượng dịch vụ E – banking tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam – Chi nhánh Bắc Sông Hồng” là bài nghiên cứu của riêng em. Các số liệu, kết quả nêu trong bài Nghiên cứu là trung thực và có nguồn gốc rõ ràng.

**Sinh viên thực hiện**

**Nguyễn Thị Thanh Tâm**

**M C L C**

|                                                                                        |      |
|----------------------------------------------------------------------------------------|------|
| <b>L  I C  M  N</b> .....                                                              | i    |
| <b>L  I CAM ĐOAN</b> .....                                                             | ii   |
| <b>M  C L  C</b> .....                                                                 | iii  |
| <b>DANH M  C B  NG BI  U</b> .....                                                     | viii |
| <b>DANH M  C BI  U Đ , S  Đ</b> .....                                                  | i    |
| <b>DANH M  C CÁC T  VI  T T  T</b> .....                                               | ii   |
| <b>PH  N I: Đ  T V  N Đ</b> .....                                                      | 1    |
| 1.1. Tính c  p thi  t c  a đ  tài.....                                                 | 1    |
| 1.2. M  c tiêu nghiên c  u: .....                                                      | 2    |
| 1.2.1 M  c tiêu chung: .....                                                           | 2    |
| 1.2.2 M  c tiêu c  th  .....                                                           | 2    |
| 1.4. Đ  i t  ng và ph  m vi nghiên c  u: .....                                         | 3    |
| 1.4.1 Đ  i t  ng nghiên c  u: .....                                                    | 3    |
| 1.4.2 Ph  m vi nghiên c  u: .....                                                      | 3    |
| 1.5. Ph  ng pháp nghiên c  u: .....                                                    | 3    |
| 1.5.1 Ph  ng pháp thu th  p d  li  u: .....                                            | 3    |
| 1.5.2 Ph  ng pháp ch  n m  u, xác đ  nh quy mô m  u: .....                             | 4    |
| 1.5.3 Ph  ng pháp phân tích và x  lý s  li  u: .....                                   | 5    |
| 1.5.4 Thi  t k  nghiên c  u: .....                                                     | 8    |
| 1.5.5 Quy trình nghiên c  u: .....                                                     | 9    |
| 1.6. B  c  c đ  tài: .....                                                             | 10   |
| <b>PH  N II: N  I DUNG VÀ K  T QU  NGHIÊN C  U</b> .....                               | 11   |
| <b>CH  NG I: C  S  LÝ LU  N VÀ TH  C TI  N V  CH  T L  NG D  CH V  E-BANKING</b> ..... | 11   |
| 1.1. C  s  lý lu  n v  ch  t l  ng d  ch v  E-banking: .....                           | 11   |

|                                                                                                 |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1.1.1 Cấu trúc lý luận và dịch vụ E-banking: .....                                              | 11 |
| 1.1.1.1 Khái niệm và dịch vụ: .....                                                             | 11 |
| 1.1.1.2 Khái niệm dịch vụ E-banking: .....                                                      | 12 |
| 1.1.1.3 Các giai đoạn phát triển của dịch vụ E-banking: [8] .....                               | 14 |
| 1.1.1.4 Đặc điểm dịch vụ E-banking: .....                                                       | 15 |
| 1.1.1.5 Các sản phẩm dịch vụ E-banking: .....                                                   | 16 |
| 1.1.1.6 Vai trò của dịch vụ E-banking: .....                                                    | 21 |
| 1.1.1.7 Lợi ích và hạn chế của việc sử dụng dịch vụ E-banking: .....                            | 22 |
| 1.1.2 Cấu trúc lý luận và chức năng dịch vụ E – banking đối với khách hàng: .....               | 26 |
| 1.1.2.1 Chức năng dịch vụ: .....                                                                | 26 |
| 1.1.2.2 Chức năng dịch vụ E-banking: .....                                                      | 27 |
| 1.1.2.3 Các nhân tố tác động đến đánh giá chức năng dịch vụ E – banking của khách hàng: .....   | 28 |
| 1.1.2.4 Mối quan hệ giữa chức năng dịch vụ và sự hài lòng khách hàng: .....                     | 29 |
| 1.1.3 Các đề tài nghiên cứu liên quan: .....                                                    | 30 |
| 1.1.4 Mô hình nghiên cứu: .....                                                                 | 31 |
| 1.1.4.1 Mô hình nghiên cứu liên quan: .....                                                     | 31 |
| 1.1.4.2 Mô hình nghiên cứu đề xuất: .....                                                       | 33 |
| 1.2. Cấu trúc thực tiễn và chức năng dịch vụ E-Banking: .....                                   | 35 |
| 1.2.1 Tình hình dịch vụ E – banking tại các ngân hàng trên thị trường: .....                    | 35 |
| 1.2.2 Kinh nghiệm nâng cao chức năng dịch vụ E – banking tại một số ngân hàng ở Việt Nam: ..... | 37 |
| 1.2.2.1. Ngân hàng Thương mại cổ phần Quân đội Việt Nam (MB Bank) .....                         | 37 |
| 1.2.2.2 Ngân hàng Thương mại cổ phần Công thương Việt Nam (VietinBank) .....                    | 37 |
| 1.2.3 Bài học kinh nghiệm cho việc nâng cao chức năng dịch vụ E – banking của Agribank: .....   | 38 |

|                                                                                                                            |           |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG CHỨC NĂNG DỊCH VỤ E – BANKING TẠI</b>                                                              |           |
| <b>NGÂN HÀNG AGRIBANK CHI NHÁNH BÙC SÔNG HỒNG NG.....</b>                                                                  | <b>40</b> |
| 2.1 Khái quát về Agribank Việt Nam và Agribank chi nhánh Bùc Sông Hồng ng .....                                            | 40        |
| 2.1.1 Vài nét về Agribank Việt Nam.....                                                                                    | 40        |
| 2.1.2 Tổng quan về Agribank chi nhánh Bùc Sông Hồng ng.....                                                                | 41        |
| 2.1.2.1 Lịch sử hình thành:.....                                                                                           | 41        |
| 2.1.2.2 Lĩnh vực hoạt động:.....                                                                                           | 42        |
| 2.1.2.3 Cơ cấu tổ chức:.....                                                                                               | 43        |
| 2.1.2.4 Tình hình hoạt động và kết quả kinh doanh .....                                                                    | 44        |
| 2.2 Thực trạng về dịch vụ E – banking tại Agribank Chi nhánh Bùc Sông Hồng ng .....                                        | 51        |
| 2.2.1 Số lượng các sản phẩm dịch vụ E-banking: .....                                                                       | 51        |
| 2.2.2 Số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ E-banking:.....                                                                  | 52        |
| 2.2.3 Doanh thu từ dịch vụ E – banking của Ngân hàng Agribank Chi nhánh Bùc Sông Hồng ng trong giai đoạn 2017 – 2019:..... | 53        |
| 2.3 Ý kiến đánh giá của khách hàng về chất lượng dịch vụ E – banking của Agribank Chi nhánh Bùc Sông Hồng ng.....          | 54        |
| 2.3.1 Thông kê mô tả mẫu điều tra:.....                                                                                    | 54        |
| 2.3.1.1 Cơ cấu mẫu theo giới tính: .....                                                                                   | 55        |
| 2.3.1.2 Cơ cấu mẫu theo độ tuổi:.....                                                                                      | 55        |
| 2.3.1.3 Cơ cấu mẫu theo nghề nghiệp: .....                                                                                 | 56        |
| 2.3.1.4 Cơ cấu mẫu theo thu nhập: .....                                                                                    | 56        |
| 2.3.2 Mô tả hành vi sử dụng dịch vụ E – banking của khách hàng:.....                                                       | 56        |
| 2.3.2.1 Khoảng thời gian khách hàng sử dụng sản phẩm dịch vụ của Agribank Chi nhánh Bùc Sông Hồng ng:.....                 | 56        |
| 2.3.2.2 Các sản phẩm dịch vụ E – banking của Agribank Chi nhánh Bùc Sông Hồng ng đã và đang được khách hàng sử dụng:.....  | 57        |

|                                                                                                                                 |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 2.3.2.3 Tồn suất khách hàng sử dụng dịch vụ E – banking của ngân hàng Agribank Chi nhánh Bắc Sông Hồng:                         | 58 |
| 2.3.2.4 Mục đích sử dụng dịch vụ E – banking của khách hàng:                                                                    | 59 |
| 2.3.2.5 Lý do khách hàng lựa chọn sử dụng dịch vụ E – banking của Agribank Chi nhánh Bắc Sông Hồng:                             | 60 |
| 2.3.3 Kiểm định độ tin cậy thang đo:                                                                                            | 61 |
| 2.3.4 Phân tích nhân tố khám phá (Exploratory Factor Analysis – EFA)                                                            | 64 |
| 2.3.4.1 Kiểm định KMO và Bartlett’s Test biến đổi lập:                                                                          | 64 |
| 2.3.4.2 Phân tích nhân tố khám phá EFA biến đổi lập:                                                                            | 65 |
| 2.3.4.3 Kiểm định KMO và Bartlett’s Test biến đổi phụ thuộc                                                                     | 67 |
| 2.3.4.4 Phân tích nhân tố khám phá EFA biến đổi phụ thuộc                                                                       | 68 |
| 2.3.5 Kiểm định sự phù hợp của mô hình:                                                                                         | 69 |
| 2.3.5.1 Kiểm định mối tương quan giữa biến đổi lập và biến đổi phụ thuộc:                                                       | 69 |
| 2.3.5.2 Xây dựng mô hình hồi quy:                                                                                               | 69 |
| 2.3.5.3 Phân tích hồi quy                                                                                                       | 70 |
| 2.3.5.4 Đánh giá độ phù hợp của mô hình                                                                                         | 72 |
| 2.3.5.5 Kiểm định sự phù hợp của mô hình                                                                                        | 72 |
| 2.3.6 Xem xét tương quan:                                                                                                       | 73 |
| 2.3.7 Xem xét đa cộng tuyến:                                                                                                    | 73 |
| 2.3.8 Kiểm định phân phối chuẩn của phần dư:                                                                                    | 73 |
| 2.3.9 Đánh giá của khách hàng với các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ E – banking của Agribank Chi nhánh Bắc Sông Hồng | 74 |
| 2.3.9.1 Đánh giá của khách hàng với nhóm Sự thoải mái:                                                                          | 75 |
| 2.3.9.2 Đánh giá của khách hàng với nhóm Khả năng đáp ứng:                                                                      | 76 |
| 2.3.9.3 Đánh giá của khách hàng với nhóm Sự đáng cảm:                                                                           | 78 |
| 2.3.9.4 Đánh giá của khách hàng với nhóm Phép ứng tiến hữu hình:                                                                | 80 |

|                                                                                                                                      |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 2.3.9.5 Đánh giá của khách hàng với nhóm Cầm nhàn khách hàng: .....                                                                  | 81         |
| <b>CHƯƠNG 3: ĐỊNH HÌNH VÀ GIỚI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ E – BANKING TẠI NGÂN HÀNG AGRIBANK CHI NHÁNH BẮC SÔNG HỒNG .....</b> | <b>84</b>  |
| 3.1 Định hình và dịch vụ E – banking của Agribank Chi nhánh Bắc Sông Hồng:.....                                                      | 84         |
| 3.1.1 Triết lý và các dịch vụ E – banking tại Huân trong những năm tới:.....                                                         | 84         |
| 3.1.2 Định hình và dịch vụ E – banking của Agribank chi nhánh Bắc Sông Hồng trong những năm tới: .....                               | 86         |
| 3.2 Mối tiếp cận pháp nâng cao chất lượng dịch vụ E – banking của Agribank Chi nhánh Bắc Sông Hồng trong những năm tới:.....         | 87         |
| 3.2.1 Giới pháp và số điểm báo .....                                                                                                 | 88         |
| 3.2.2 Giới pháp và khả năng đáp ứng .....                                                                                            | 89         |
| 3.2.3 Giới pháp và số điểm cảm .....                                                                                                 | 90         |
| 3.2.4 Giới pháp và phương pháp tiến hành .....                                                                                       | 91         |
| 3.2.5 Giới pháp khác .....                                                                                                           | 92         |
| <b>PHẦN III: KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ .....</b>                                                                                         | <b>95</b>  |
| 3.1 Kết luận.....                                                                                                                    | 95         |
| 3.2 Kiến nghị .....                                                                                                                  | 96         |
| 3.2.1 Đối với chính phủ: .....                                                                                                       | 96         |
| 3.2.2 Đối với ngân hàng nhà nước: .....                                                                                              | 97         |
| 3.2.3 Đối với Agribank:.....                                                                                                         | 98         |
| <b>DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO .....</b>                                                                                             | <b>99</b>  |
| <b>PHỤ LỤC 1: MÃ HÓA THANG ĐO .....</b>                                                                                              | <b>101</b> |
| <b>PHỤ LỤC 2: BẢNG HỒI ĐÁP U TRẢ .....</b>                                                                                           | <b>105</b> |
| <b>PHỤ LỤC 3: KẾT QUẢ XỬ LÝ, PHÂN TÍCH SPSS .....</b>                                                                                | <b>110</b> |

**DANH MỤC BẢNG BIỂU**

|                                                                                                                              |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Bảng 2. 1 Tình hình tài sản, nguồn vốn của Agribank Chi nhánh B.C Sông Hồng trong giai đoạn 2017 – 2019.....                 | 45 |
| Bảng 2. 2 Tình hình thu nhập và lợi nhuận của Agribank Chi nhánh B.C Sông Hồng trong giai đoạn 2017 – 2019.....              | 47 |
| Bảng 2. 3 Tình hình nguồn nhân lực của Agribank Chi nhánh B.C Sông Hồng trong giai đoạn 2017 – 2019 .....                    | 49 |
| Bảng 2. 4 Số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ E – banking Agribank Chi nhánh B.C Sông Hồng trong giai đoạn 2017 - 2019 ..... | 52 |
| Bảng 2. 5 Doanh thu từ dịch vụ E – banking của Agribank Chi nhánh B.C Sông Hồng trong giai đoạn 2017 – 2019.....             | 53 |
| Bảng 2.6 Điều tra khảo sát .....54                                                                                           | 54 |
| Bảng 2. 7 Thời gian khách hàng sử dụng sản phẩm dịch vụ của Agribank Chi nhánh B.C Sông Hồng.....                            | 56 |
| Bảng 2. 8 Các sản phẩm dịch vụ E – banking của Agribank Chi nhánh B.C Sông Hồng đã và đang được khách hàng sử dụng .....     | 57 |
| Bảng 2. 9 Tổng suất khách hàng sử dụng dịch vụ E – banking của Agribank Chi nhánh B.C Sông Hồng.....                         | 58 |
| Bảng 2. 10 Mục đích sử dụng dịch vụ E – banking của khách hàng .....                                                         | 59 |
| Bảng 2. 11 Lý do khách hàng lựa chọn sử dụng dịch vụ E – banking của Agribank Chi nhánh B.C Sông Hồng.....                   | 60 |
| Bảng 2. 12 Kiểm định độ tin cậy thang đo các biến độc lập .....                                                              | 63 |
| Bảng 2. 13 Kiểm định độ tin cậy thang đo biến phụ thuộc .....                                                                | 64 |
| Bảng 2. 14 Kiểm định KMO và Bartlett’s Test biến độc lập .....                                                               | 65 |
| Bảng 2. 15 Rút trích nhân tố biến độc lập .....                                                                              | 66 |
| Bảng 2. 16 Kiểm định KMO và Bartlett’s Test biến phụ thuộc.....                                                              | 68 |
| Bảng 2. 17 Rút trích nhân tố biến phụ thuộc.....                                                                             | 68 |
| Bảng 2. 18 Phân tích tương quan Pearson.....                                                                                 | 69 |
| Bảng 2. 19 Hệ số phân tích hồi quy.....                                                                                      | 70 |
| Bảng 2. 20 Đánh giá độ phù hợp của mô hình .....                                                                             | 72 |
| Bảng 2. 21 Kiểm định ANOVA .....                                                                                             | 72 |

|                                                                               |    |
|-------------------------------------------------------------------------------|----|
| Bảng 2. 22 Đánh giá của khách hàng đối với nhóm Sản phẩm báo.....             | 75 |
| Bảng 2. 23 Đánh giá của khách hàng đối với nhóm Khả năng đáp ứng .....        | 76 |
| Bảng 2. 24 Đánh giá của khách hàng đối với nhóm Sản phẩm.....                 | 78 |
| Bảng 2. 25 Đánh giá của khách hàng đối với nhóm Phương tiện hỗ trợ hình ..... | 80 |
| Bảng 2. 26 Đánh giá của khách hàng đối với nhóm Chăm sóc khách hàng.....      | 81 |

Tailieu.vn

**DANH MỤC BÍ U Đ , S Đ**

|                                                                               |    |
|-------------------------------------------------------------------------------|----|
| S Đ 1: Quy trình nghiên cứu .....                                             | 9  |
| S Đ 2: Mô hình nghiên cứu để xuất cá đ tài nghiên cứu liên quan 1 .....       | 30 |
| S Đ 3: Mô hình nghiên cứu để xuất cá đ tài nghiên cứu liên quan 2 .....       | 31 |
| S Đ 4: Mô hình nghiên cứu để xuất .....                                       | 34 |
| S Đ 5: S Đ cá cáu tĩ chĩ c quĩn lý cá Agribank Chi nhánh Bĩc Sông Hĩĩng ..... | 43 |

|                                                           |    |
|-----------------------------------------------------------|----|
| Bĩu đ 1: Bĩu đ tĩn sĩ Histogram cá phĩn đĩ chuĩn hóa..... | 74 |
|-----------------------------------------------------------|----|

Tailieu.vn

**DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT**

| STT | Viết tắt    | Nghĩa đầy đủ                                           |
|-----|-------------|--------------------------------------------------------|
| 1   | Agribank    | Ngân hàng Nông nghiệp và Phát Triển Nông thôn Việt Nam |
| 2   | ATM         | Máy rút tiền tự động hay máy giao dịch tự động         |
| 3   | BSH         | Bến Sông Hồng                                          |
| 4   | CN          | Chi nhánh                                              |
| 5   | CSI         | Chỉ số vấp ngã lòng của khách hàng                     |
| 6   | E – banking | Ngân hàng điện tử                                      |
| 7   | MB          | Ngân hàng Thương mại cổ phần Quân đội Việt Nam         |
| 8   | OPT         | Một khu vực chi số động mặt lớn                        |
| 9   | POS         | Máy chấp nhận thanh toán thẻ                           |
| 10  | Vietin Bank | Ngân hàng Thương mại cổ phần Công nghiệp Việt Nam      |

## **PHẦN I: ĐẶT VẤN ĐỀ**

### **1.1. Tính cấp thiết của đề tài**

Trước đây, hầu như mọi hoạt động kinh tế của các doanh nghiệp trên thị trường và sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ thông tin đã tác động rất lớn đến môi trường hoạt động của đời sống, kinh tế, xã hội làm thay đổi hoàn toàn bộ mặt kinh doanh của con người. Trong điều kiện kinh tế mới và từ đó thị trường mới nảy sinh, thị trường mới đòi hỏi là một trong những phương pháp kinh doanh mới đang có xu hướng lên át và thay thế các phương pháp kinh doanh truyền thống. Khách hàng càng ngày càng có nhu cầu sử dụng các công nghệ số hóa mới, yêu cầu ngày càng cao với các dịch vụ cung cấp. Chính vì vậy, lĩnh vực tài chính, ngân hàng cũng phải liên tục nâng cấp, đổi mới và trong đó nổi bật là dịch vụ E – banking với những sản phẩm dịch vụ ngân hàng mới đang là xu hướng tất yếu, mang tính khách quan không thể không phát triển dịch vụ, thanh toán phù hợp với yêu cầu của thị trường mới đòi hỏi phát triển hiện nay.

Phát triển dịch vụ E – banking là một trong những chiến lược phát triển được đặt lên hàng đầu của các ngân hàng nói chung bởi vì dịch vụ E – banking không những mang lại nhiều giá trị mới và hữu ích cho khách hàng mà còn cho chính ngân hàng; tiết kiệm thời gian, chi phí; tiến bộ, thực hiện mới lúc mới mới, nhanh chóng và hiệu quả. Chính sự nhận thức được vai trò và lợi ích mà dịch vụ E – banking mang lại Ngân hàng Agribank nói chung và ngân hàng Agribank Chi nhánh Bắc Sông Hồng nói riêng đã và đang phấn đấu, nỗ lực hết mình phát triển dịch vụ E – banking, bắt kịp tiến trình phát triển, hiện đại hóa ngày nay để không những tiến bộ, nâng cao năng lực cạnh tranh mà còn phát triển một cách bền vững hơn trong tương lai. Và trong thời gian qua, Agribank Chi nhánh Bắc Sông Hồng đã có những chính sách, bước đi cụ thể cũng như giữ vững được một số thành quả nhất định.

Tuy nhiên, thực tiễn cho thấy phát triển dịch vụ E – banking tại Agribank nói chung và Agribank Chi nhánh Bắc Sông Hồng nói riêng vẫn còn gặp nhiều hạn chế và khó khăn như số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ, tỷ lệ số khách hàng tin dùng và giao dịch khi đã đăng ký sử dụng, hay những bất cập nhất định khi khách hàng đăng ký nhưng không hoặc ngại sử dụng, và chính những dịch vụ E – banking có làm hài lòng

khách hàng hay không,... Vì vậy việc tìm ra biện pháp nhằm phát triển thành công hình thức dịch vụ E – banking, nâng cao chất lượng dịch vụ cũng như giúp Agribank Chi nhánh Bức Sông Hồng nâng cao năng lực cạnh tranh, thúc đẩy hiệu quả của mình là vấn đề cấp thiết cần chú trọng và quan tâm. Xuất phát từ thực tiễn trên, tôi chọn đề tài **“Nâng cao chất lượng dịch vụ E – banking tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam – Chi nhánh Bức Sông Hồng”** làm đề tài nghiên cứu của mình.

## **1.2. Mục tiêu nghiên cứu:**

### **1.2.1 Mục tiêu chung:**

Trên cơ sở lý luận, thực tiễn về chất lượng dịch vụ E – banking, đánh giá chất lượng dịch vụ E – banking tại Agribank Chi nhánh Bức Sông Hồng. Từ đó đề xuất giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ E – banking cho Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam – Chi nhánh Bức Sông Hồng.

### **1.2.2 Mục tiêu cụ thể**

- Hệ thống hóa cơ sở lý luận và thực tiễn về chất lượng dịch vụ E – banking.
- Xác định các nhân tố ảnh hưởng đến đánh giá chất lượng dịch vụ E – banking của khách hàng tại Thành phố Huế đối với dịch vụ E – banking của Agribank Chi nhánh Bức Sông Hồng.
- Xác định chỉ số đo lường mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đến đánh giá chất lượng dịch vụ của khách hàng tại thành phố Huế đối với dịch vụ E – banking của Agribank Chi nhánh Bức Sông Hồng.
- Tìm hiểu các đánh giá của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ E – banking của Agribank Chi nhánh Bức Sông Hồng.
- Đề xuất một số giải pháp và kiến nghị nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ E – banking tại Agribank Chi nhánh Bức Sông Hồng.

## **1.3. Câu hỏi nghiên cứu:**

- Các nhân tố nào ảnh hưởng đến đánh giá chất lượng dịch vụ của khách hàng tại Thành phố Huế đối với dịch vụ E – banking của Agribank Chi nhánh Bức Sông Hồng?

- Các nhân tố ảnh hưởng với mức độ, chiều hướng như thế nào đến đánh giá chất lượng dịch vụ của khách hàng tại Thành phố Huế đối với dịch vụ E – banking của Agribank Chi nhánh Bắc Sông Hương?

- Khách hàng đánh giá chất lượng dịch vụ E – banking của Ngân hàng Agribank Chi nhánh Bắc Sông Hương như thế nào?

- Làm thế nào để nâng cao chất lượng dịch vụ E – banking của Agribank Chi nhánh Bắc Sông Hương?

#### **1.4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu:**

##### **1.4.1 Đối tượng nghiên cứu:**

- **Đối tượng nghiên cứu:** Đánh giá của khách hàng về chất lượng dịch vụ E – banking tại Ngân hàng Agribank Chi nhánh Bắc Sông Hương.

- **Đối tượng khảo sát:** Khách hàng trên địa bàn thành phố Huế đang sử dụng dịch vụ E – banking tại Agribank Chi nhánh Bắc Sông Hương.

##### **1.4.2 Phạm vi nghiên cứu:**

- **Phạm vi về không gian:** Địa tài liệu có liên quan hành nghiên cứu trên địa bàn Thành phố Huế

- **Phạm vi về thời gian:** Các dữ liệu thu thập của Ngân hàng phản ánh trong giai đoạn 2017 – 2019; dữ liệu sơ cấp được thu thập từ tháng 11 đến tháng 12 năm 2020; các giải pháp đề xuất áp dụng cho giai đoạn từ nay đến 2025.

- **Phạm vi nội dung:** Xác định các nhân tố ảnh hưởng đến đánh giá chất lượng dịch vụ của khách hàng tại Thành phố Huế đối với dịch vụ E – banking của Agribank Chi nhánh Bắc Sông Hương. Từ đó xác định mức độ, chiều hướng tác động của các nhân tố đó. Ngoài ra đề tài còn tập trung phân tích những đánh giá của khách hàng về chất lượng dịch vụ E – banking Agribank Chi nhánh Bắc Sông Hương.

#### **1.5. Phương pháp nghiên cứu:**

##### **1.5.1 Phương pháp thu thập dữ liệu:**

- **Phương pháp thu thập dữ liệu thứ cấp:**

Đồ tài thu thập dữ liệu từ các nguồn:

+ Từ website chính thức của Ngân hàng Agribank Việt Nam

+ Từ các thông tin, số liệu thống kê, các báo cáo hàng năm của phòng kinh doanh, bộ phận nhân sự, kế toán để biết được tình hình hoạt động kinh doanh, các chủ thể của Ngân hàng Agribank Chi nhánh Bắc Sông Hồng

+ Các dữ liệu khoa học, luận văn, khóa luận liên quan đến đề tài nghiên cứu

+ Báo chí, tạp chí và các bài viết được đăng lên trang Web liên quan đến đề tài nghiên cứu.

**- Phương pháp thu thập dữ liệu sơ cấp:**

Số liệu sơ cấp được thu thập từ khách hàng đã và đang sử dụng dịch vụ E – banking tại Agribank Chi nhánh Bắc Sông Hồng thông qua phiếu khảo sát được thiết kế sẵn dưới hình thức phỏng vấn cá nhân. Từ đó làm cơ sở để đưa ra giải pháp phát triển dịch vụ E – banking của ngân hàng Agribank Chi nhánh Bắc Sông Hồng trong những năm tới. Do giới hạn về nguồn lực, thời gian và kinh phí, nên đề tài này khảo sát trên mẫu đại diện từ đó suy rộng kết quả cho tổng thể.

**1.5.2 Phương pháp chọn mẫu, xác định quy mô mẫu:**

**- Phương pháp chọn mẫu**

Bài nghiên cứu sử dụng phương pháp chọn mẫu thuận tiện. Theo phương pháp chọn mẫu này, người điểu tra sẽ phỏng vấn khách hàng đang sử dụng dịch vụ E – banking của Agribank Chi nhánh Bắc Sông Hồng dựa trên tính dễ tiếp cận đối tượng khảo sát, tiếp cận thông qua cơ sở dữ liệu khách hàng của ngân hàng Agribank Chi nhánh Bắc Sông Hồng. Đối tượng khảo sát phải thỏa mãn 2 điều kiện, một là đang sống tại thành phố Huế, hai là đang sử dụng dịch vụ E – banking của Agribank Chi nhánh Bắc Sông Hồng. Sau khi phỏng vấn đối tượng này xong, người điểu tra sẽ nhờ đối tượng khảo sát đó giới thiệu những người mà họ biết đang sử dụng dịch vụ E – banking của Agribank Chi nhánh Bắc Sông Hồng. Trong trường hợp khách hàng này không chỉ giới thiệu thì người điểu tra tiếp tục tìm kiếm và phỏng vấn những khách hàng

khác đang sử dụng dịch vụ này. Cuộc điều tra được tiến hành cho đến khi phỏng vấn được 120 bảng hỏi.

**- Phương pháp xác định quy mô mẫu:**

Xác định quy mô mẫu: sử dụng một số công thức tính kích thước mẫu như sau:

+ Theo Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc, phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS phiên bản 20 (2008) cho rằng “Thông thường thì số quan sát (cỡ mẫu) ít nhất phải bằng 4 đến 5 lần trong phân tích nhân tố”. Trong bảng hỏi có 24 biến quan sát, nên cỡ mẫu ít nhất là 120.

+ Theo Hair và các cộng sự (1998): Kích thước mẫu tối thiểu để đảm bảo tính ổn định cho từng thang đo theo nguyên tắc cỡ mẫu được chọn gấp 5 lần số biến quan sát. Tuy nhiên kích thước mẫu nghiên cứu được tính theo công thức:

$$N = 5 * m$$

Trong đó:

**N:** Cỡ mẫu cần chọn

**m:** số biến quan sát

Đúng thế, để đảm bảo độ tin cậy của bài nghiên cứu thì kích thước mẫu phải lớn hơn hoặc bằng 100 mẫu. Bài nghiên cứu sử dụng 24 biến quan sát, do đó kích thước mẫu của bài nghiên cứu là  $5 * 24 = 120$  đảm bảo quy định về độ tin cậy của kích thước mẫu.

+ Ngoài ra theo Tabachnick & Fidell (1991), để phân tích hồi quy đạt kết quả tốt nhất thì kích thước mẫu phải thỏa mãn công thức  $n \geq 8m + 50$ . Trong đó, n là kích thước mẫu và m là số biến độc lập của mô hình. Như vậy theo công thức này với số biến độc lập của mô hình là  $m = 5$  thì cỡ mẫu sẽ là  $8 * 5 + 50 = 90$

+ Tóm lại phương pháp xác định kích thước mẫu trên, đề tài này xác định kích thước mẫu cần điều tra là 120 khách hàng.

### **1.5.3 Phương pháp phân tích và xử lý số liệu:**

**Số liệu thu thập:**

Thu thập, tóm tắt, thống kê, tính toán và trình bày dữ liệu qua bảng biểu, chênh lệch giá trị, tỉ lệ phần trăm, phần trăm tăng trưởng,...

**Sơ liệu sơ cấp:**

Các phiếu khảo sát sau khi thu về sẽ tiến hành chọn lọc, loại bỏ những bảng khảo sát không hợp lệ, cuối cùng chọn được số bảng để dùng cho nghiên cứu. Sau đó nhập dữ liệu vào máy, mã hóa và xử lý. Bài nghiên cứu sẽ dùng phương pháp phân tích, thống kê mô tả, phương pháp kiểm định giả thuyết thống kê,... Và sẽ dùng phần mềm SPSS phiên bản 20.0, Excel để phân tích cần thiết cho nghiên cứu. Bao gồm các bước sau:

- **Thống kê mô tả:** phương pháp này nhóm mô tả, hiểu rõ đặc điểm của dữ liệu đang đi vào tra thông qua các tần số, biểu đồ, giá trị trung bình, độ lệch chuẩn, phương sai.

- **Đánh giá độ tin cậy của thang đo:** để tiến hành kiểm tra độ tin cậy thang đo thông qua hệ số Cronbach's Alpha.

Theo Nunnally (1978), Peterson (1994), Slater (1995) mức để đánh giá các biến thông qua hệ số Cronbach's Alpha được đưa ra như sau. Những biến có hệ số tương quan biến tổng lớn hơn 0,3 và có hệ số Cronbach's Alpha từ 0,6 trở lên sẽ được chấp nhận và đưa vào những bước phân tích xử lý tiếp theo, cụ thể:

$0,8 \leq \text{Cronbach's Alpha} \leq 1$  : hệ số tương quan cao

$0,7 \leq \text{Cronbach's Alpha} \leq 0,8$  : chấp nhận được

$0,6 \leq \text{Cronbach's Alpha} \leq 0,7$  : chấp nhận được trong trường hợp khái niệm đang nghiên cứu là mới hoặc mới đi vào và người trả lời nghiên cứu.

- **Phân tích nhân tố khám phá EFA:** sẽ dùng để rút gọn tập nhiều biến quan sát phức tạp liên nhau thành một tập ít biến hơn để chúng có ý nghĩa hơn những biến chứa đựng hầu hết thông tin của tập biến ban đầu (Theo Hair và cộng sự, 1998)

Trong phân tích nhân tố khám phá, trị số KMO (Kaiser – Meyer – Olkin) là chỉ số dùng để xem xét sự thích hợp của các nhân tố. Trị số KMO phải có giá trị trong khoảng 0,5 – 1,0 và giá trị  $\text{Sig} < 0,05$  thì phân tích này mới thích hợp, còn nếu trị số

KOM < 0,5 thì phân tích nhân tố khám phá EFA có khả năng là không thích hợp với các dữ liệu.

Số lượng nhân tố: để xác định dựa trên chỉ số Eigenvalue để diễn cho phần biến thiên được giải thích bởi mỗi nhân tố. Theo tiêu chuẩn Kaiser, các nhân tố kém quan trọng bỏ loại bỏ, chỉ giữ lại những nhân tố quan trọng bằng cách xem xét giá trị Eigenvalue. Chỉ có nhân tố nào có Eigenvalue > 1 thì mới được giữ lại trong mô hình phân tích.

Ma trận nhân tố (Component Matrix): chứa các hệ số biểu diễn các tiêu chuẩn hóa bằng các nhân tố (mỗi biến là một đa thức của các nhân tố). Trong đó, hệ số tải nhân tố (Factor loading) biểu diễn mối tương quan giữa các biến và các nhân tố, hệ số này cho biết các biến và các nhân tố có liên quan chặt chẽ với nhau hay không, từ đó kết luận có nên loại bỏ biến hay tiếp tục tiến hành phân tích tiếp theo.

#### - Phân tích hồi quy tương quan:

Sau khi tiến hành kiểm tra sơ bộ và lập bảng hồi chính thức, để tài số rút ra được các biến định tính phù hợp để kiểm tra và lập mô hình hồi quy với các biến độc lập và biến phụ thuộc.

Sau khi rút trích được các nhân tố từ phân tích nhân tố EFA, xem xét các giả định cần thiết trong mô hình hồi quy tuyến tính như kiểm tra phần dư chuẩn hóa, kiểm tra hệ số phóng đại phương sai VIF, kiểm tra giá trị Durbin – Watson. Nếu các giả định trên không bị vi phạm, mô hình hồi quy được xây dựng. Hệ số  $R^2$  cho thấy các biến độc lập đưa vào mô hình giải thích được bao nhiêu phần trăm số biến thiên của biến phụ thuộc:

Mô hình hồi quy có dạng:  $Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n + e_i$

Trong đó:

**Y:** Biến phụ thuộc

**$\beta_0$ :** Hệ số chặn (Hằng số)

**$\beta_1$ :** Hệ số hồi quy riêng phần (Hệ số phụ thuộc)

**$X_i$ :** Các biến độc lập trong mô hình